

Inhalt kreativ verpacken 5/2020

Artikel

- 6 Design:
Teil gesellschaftlicher
Entwicklung
- 8 Recht — Die Kosten stecken
im Detail
- 9 Einkauf:
Hat Verpackung eine Zukunft?
- 10 Marke:
Packungsdesign als Kaufmotor
- 12 Packungsdesign USA:
Plattform für Innovation
- 14 Kartonqualität:
Über den richtigen Eindruck

Portraits

- 16 elbedesigncrew:
Schlagkraft und Sinn für das
Zwischenmenschliche
- 18 adworx:
Mit ostwestfälischer Boden-
haftung ...
- 20 Studio Schoch:
Dem Design verpflichtet
- 22 SAUER Markenstylisten:
Herzensangelegenheit Ver-
packung
- 24 baries design:
Projekte dem Zeitgeist
anpassen
- 26 M.I.L.K.:
Zukunft mitgestalten
- 28 Heintschel:
Gestaltungshoheit über die
Zukunft
- 30 LinkupDesign:
Gefühlswelten ansprechen
- 32 Wesemann Werbeagentur:
Markenverständnis ist
elementar
- 34 massholder | gutmayer:
Mit Herzblut am Puls der Zeit

- 36 BEL EPOK:
Ganzheitliches Design im
Luxussegment
- 38 DesignKis:
Auf Nachhaltigkeit bedacht
- 39 Nonfood Werbeagentur:
Wie ein Händler denken ...
- 40 **Packungsdesignagenturen
von A bis Z**
- 47 **Packungsdesignagenturen
nach Postleitzahl**
- 48 stefan zimmermann design:
Packungsdesign als Königs-
disziplin
- 50 Wolkendieb:
Engagiert für Kunden und
Marken
- 52 12ender:
Kommunikation und Design
im Einklang
- 54 crossactive:
Ergebnisorientiert auf
Augenhöhe
- 56 dbyd:
Neugierig und experimentier-
freudig



- 58 kgm:
Nachhaltige Markenarbeit
- 60 bultmann. DESIGN WORKS:
Designteam mit Spirit
- 62 brand.pack:
Lust an der Idee
- 64 Orfgen Marketing:
Wer kopiert, verliert
- 66 Jarmó:
Das Ziel ist Exzellenz
- 68 EILKEN brand building:
Design als Führungsaufgabe
- 70 Atelier Christian von der Heide:
Den Geist der Dinge sehen
- 72 Pahnke Hamburg:
Das Prinzip Marke
- 74 Irma Sachs Kids & Packaging:
Kinder lieben Details
- 76 Brand Gorillas:
Mit Markenbotschaftern an die Spitze
- 78 MarkenHouse:
Marke erlebbar machen
- 80 Lewis Moberly:
Auge, Herz und Verstand gewinnen
- 82 mischen:
Blick fürs Detail

- 84 Lambrecht:
Synonym für Kreativität
- 86 hotcake Branding & Design:
Die Seele der Marke
- 88 Studio Chapeaux:
Hut ab!
- 90 Higgins Design:
Getränkesspezialisten mit persönlicher Handschrift

Standards

- 3 Editorial
- 92 Börse Packungsdesign
- 97 Verpackungsservice
- 98 Impressum



CREATIVVERPACKEN.DE

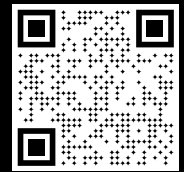


Foto: Schwarzkopf Professional



Titelbeschreibung:

Ein Portrait versucht die Facetten von Charaktermerkmalen in den Augen des Betrachters zu einem Ganzen zu fügen. Um das komplette Bild des Portraitierten entstehen zu lassen, braucht es auch die Bereitschaft des Betrachters, sich darauf einzulassen. Das Cover des Portraitbands stellt diesen Prozess typografisch nach. Es zeigt die »A«-Bestandteile als Puzzle und für den, der es sehen möchte, das ganze »A«. Die Cover-Gestaltung kreierte Heintschel®, Freising. — www.heintschel.haus



Ensocoat 2S™
by Stora Enso

Das Material für die Umschläge dieser Zeitschrift wird von **Stora Enso** hergestellt – dem Verarbeiter erneuerbarer Rohstoffe. Es handelt sich um die Sorte Ensocoat 2S™ mit einem Flächengewicht von 240 g/m², die dank ihrer Glätte, Weißgrad und Helligkeit exzellente Druckergebnisse gewährleistet. — www.storaenso.com